

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia memiliki Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang berperan penting dan strategis dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. UMKM mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia. Badai krisis moneter melanda Indonesia di tahun 1998, usaha berskala kecil dan menengah relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. Mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing, sehingga ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis (LPPI BI, 2015:6).

Tingginya angka UMKM dan jumlahnya yang semakin bertambah menunjukkan sektor UMKM sekarang ini merupakan salah satu alternatif usaha yang memiliki prospek dan menguntungkan. Jumlah UMKM yang banyak membuat para pelaku bisnis yang membuka usaha pada bidang yang sama menimbulkan persaingan antar usaha yang semakin ketat. Perubahan dalam pertumbuhan dan perkembangan perekonomian menyebabkan banyak perusahaan mengalami stagnasi bahkan rawan akan kondisi bangkrut. Perusahaan dituntut mampu bersaing dan mampu meningkatkan kualitas

usahanya serta memiliki manajemen yang baik untuk mempertahankan usaha yang dijalankan guna mencapai tujuan perusahaan.

Tujuan utama perusahaan adalah untuk mencapai *profit* atau laba atau keuntungan yang sebesar-besarnya. Mencapai laba maksimal mengandung konsep bahwa perusahaan harus melakukan kegiatan secara efektif dan efisien. Efektif berkaitan dengan tujuan yang hendak dicapai, sedangkan efisien berkenaan dengan biaya yang seminimal mungkin untuk mencapai tujuan tersebut (Harjito dan Martono, 2010:2).

Perencanaan atau *planning* didefinisikan sebagai perumusan tujuan beserta program pelaksanaan untuk mencapai tujuan tersebut. Perencanaan akan mempengaruhi secara langsung kelancaran serta keberhasilan perusahaan. Tercapainya tujuan yang telah dirumuskan sangat bergantung pada kemampuan manajemen dalam menyusun rencana di masa yang akan datang. Perencanaan sangat penting dan mutlak dilakukan oleh manajemen untuk mencapai keberhasilan perusahaannya, baik perusahaan besar maupun kecil. Banyak perusahaan yang mengalami kegagalan karena perencanaan yang buruk (Baldric, 2013:5).

Perencanaan yang baik dapat membantu dalam penaksiran tingkat laba yang akan didapat satuan unit bisnis, sehingga laba yang diperoleh bisa optimal melalui perencanaan laba. Perencanaan laba adalah suatu perencanaan jangka pendek yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil keputusan dalam menentukan laba. Perencanaan laba penting untuk dilakukan karena seringkali laba yang diperoleh suatu perusahaan dijadikan tolak ukur keberhasilan

manajemen dalam menjalankan usaha. Perencanaan laba tersebut berhubungan dengan volume penjualan, hasil penjualan, biaya produksi serta biaya operasi perusahaan.

Alat yang dapat menjelaskan hubungan antara faktor-faktor yang terkait dengan laba tersebut adalah analisis *Cost-Volume-Profit* (CVP). Analisis CVP dapat membantu perusahaan untuk mengetahui dan menentukan tingkat volume penjualan atau jumlah biaya yang harus dikeluarkan untuk mencapai target laba yang diinginkan dalam perencanaan laba. Analisis CVP juga dapat membantu manajemen dalam memperkirakan dampak perubahan masing-masing harga jual, volume produk, dan biaya yang dikeluarkan terhadap laba perusahaan.

Perkembangan UMKM di daerah kota Malang sangatlah signifikan karena kota Malang merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki UMKM di berbagai sektor usaha diantaranya yaitu sektor furniture, kerajinan, otomotif, sandang, pangan, elektronik dan lain-lain. Kota Malang yang terdiri dari 5 kecamatan ini memiliki berbagai sektor UMKM potensial untuk dikembangkan sehingga mampu mengangkat perekonomian daerah (Depkop :2014).

Usaha Kecil dan Menengah yang sampai saat ini terlihat dapat berkembang salah satunya adalah Perusahaan Agung Mitra *Collection*. Agung Mitra *Collection* merupakan perusahaan bergerak pada bidang usaha garmen yang menjual produk pakaian jadi yang berlokasi di kota Malang. Perusahaan ini mendistribusikan produknya tidak hanya di pulau Jawa melainkan juga ke beberapa kota di luar pulau Jawa. Distribusi produk dari perusahaan kepada

konsumen merupakan hal yang dianggap penting dalam pemasaran produk oleh perusahaan.

Tabel 1.1 Perkembangan Laba Agung Mitra *Collection* Tahun 2015 - 2017

Tahun	Laba yang Diperoleh
2015	Rp 333.804.221
2016	Rp 371.652.770
2017	Rp 394.282.879

Sumber : Agung Mitra *Collection*

Laba perusahaan pada tabel di atas merupakan laba selama tiga tahun terakhir yaitu tahun 2015 hingga tahun 2017 untuk penjualan produk celana dan kemeja. Tahun 2016 laba meningkat sebesar Rp 37.848.549 dari tahun 2015. Tahun 2017 laba mengalami peningkatan sebesar Rp 22.630.109 dari tahun 2016. Laba pada perusahaan mengalami peningkatan dikarenakan naiknya total penjualan, namun dari peningkatan laba tersebut terjadi penurunan peningkatan. Penurunan dari peningkatan laba tersebut sebesar 40,21%.

Perusahaan menyadari potensi pasar untuk produknya dan memiliki peluang yang baik dari hasil penjualan produk. Peluang tersebut dapat tercapai apabila perusahaan dapat menentukan volume penjualan dan dapat mengendalikan biaya sehingga dapat memberikan keuntungan maksimal melalui perencanaan laba. Perusahaan Agung Mitra *Collection* selama ini belum pernah melakukan analisis *Cost-Volume-Profit* dalam perencanaan labanya. Perusahaan hanya memperkirakan laba dari tahun sebelumnya.

Perkembangan ekonomi dapat menyebabkan persaingan usaha khususnya untuk perusahaan sejenis. Perusahaan Agung Mitra *Collection* banyak mendapatkan saingan dari perusahaan sejenis lainnya. Persaingan tersebut dapat mengakibatkan menurunnya volume penjualan yang dapat mempengaruhi laba.

Pengaruh tingkat laba perusahaan dapat dihubungkan melalui analisis CVP. Latar belakang diatas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai perencanaan laba. Peneliti mengambil judul “Perencanaan Laba pada Agung Mitra *Collection* Malang”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merumuskan masalah yaitu :  
Bagaimana perencanaan laba tahun 2018 pada perusahaan Agung Mitra *Collection*?

## **C. Batasan Masalah**

Batasan masalah ini bertujuan untuk mempermudah pembahasan dan mengarahkan pada objek penelitian agar tidak meluas, maka penelitian ini dibatasi pada :

1. Menggunakan alat analisis *Cost Volume Profit* (CVP) untuk mengetahui kondisi impas dalam merencanakan laba perusahaan.
2. Perencanaan laba berdasarkan dua jenis produk yaitu kemeja dan celana.
3. Periode waktu data yang dianalisis adalah tahun 2015, 2016, dan 2017.

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah merencanakan laba untuk tahun 2018 pada perusahaan Agung Mitra *Collection*.

## 2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kontribusi yang positif bagi pihak-pihak yang memerlukannya. Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain :

### a. Bagi Pemilik Perusahaan

Hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dan perencanaan dalam pengambilan langkah-langkah yang diperlukan untuk menghadapi dan memecahkan masalah yang berkaitan dengan laba.

### b. Bagi Kreditur

Hasil penelitian dapat memberikan gambaran dan bahan pertimbangan untuk pemberian kredit yang akan dilakukan oleh kreditur pada Agung Mitra *Collection*.

### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan, referensi dan bahan informasi untuk melakukan penelitian selanjutnya khususnya terkait perencanaan laba ditempat dan tahun yang berbeda.